

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, terlihat bahwa Cameo Project, selaku pembuat video klip “Jokowi dan Basuki” melakukan praktik propaganda dalam video klip mereka tersebut melalui media sosial, yaitu YouTube. Hal tersebut terungkap melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan melakukan analisis tanda verbal dan tanda visual berdasarkan teknik propaganda yang diatur oleh *Institute for Propaganda Analysis (IPA)* seperti yang tertulis dalam buku *Propaganda & Persuasion* karangan Jowett & Donnell.

Pada analisis tanda verbal atau lirik lagu, penulis menemukan adanya penggunaan empat teknik propaganda dalam enam tanda verbal yang merujuk pada propaganda. Keempat teknik propaganda tersebut adalah teknik *band wagon*, *card-stacking*, *name calling*, dan *plain-folks*.

Melalui teknik *band wagon*, Cameo Project ingin mengatakan bahwa masyarakat Jakarta mengalami kemacetan setiap harinya melalui penggunaan kata-kata “ratusan orang” dan “motor, mobil, gerobak”. Jumlah dan jenis kendaraan tersebut merupakan representasi bahwa memang banyak orang yang merasakan

kemacetan di Jakarta. Penggunaan kata-kata tersebut bertujuan untuk meyakinkan lagi lebih banyak orang bahwa mayoritas masyarakat Jakarta, dari berbagai kalangan mengalami kemacetan.

Teknik *band wagon* selanjutnya adalah dengan merujuk pada permasalahan birokrasi yang lamban. Representasi *band wagon* dapat terlihat pada kalimat “ku duduk bersama tiga puluh orang”. Kalimat tersebut digunakan propagandis sebagai bentuk penekanan bahwa banyak orang yang menunggu untuk dilayani di kantor kelurahan. Melalui kejadian tersebut terlihat bahwa kantor kelurahan belum menjadi pelayan masyarakat yang baik. Hal tersebut terlihat jelas dari bentuk pelayanan para petugas birokrasinya dan fasilitas yang terdapat di tempat tersebut tidak memuaskan.

Kemudian pada teknik propaganda *card-stacking*, Cameo Project kembali menekankan permasalahan Jakarta pada kemacetan dan kondisi ketidakberesan Jakarta lainnya. Propagandis menciptakan sebuah opini publik bahwa tinggal di Jakarta merupakan hidup yang penuh dengan tantangan karena selain masalah kemacetan, banyak pungutan liar terjadi dimana-mana.

Teknik propaganda selanjutnya dalam analisis tanda verbal adalah *name calling*. Pada teknik propaganda ini, propagandis menggunakan kata “wajahnya garang dengan kumis yang panjang”, dengan melakukan penekanan pada kata “kumis”. “Kumis” merupakan simbol dari pemerintahan DKI Jakarta, yaitu Fauzi

Bowo dengan seluruh jajarannya yang merupakan kumpulan birokrasi pemerintahan daerah yang koruptif.

Selanjutnya, analisis tanda verbal menggunakan teknik propaganda *plain-folks* pada lirik akhir dari keseluruhan lagu. Lirik lagu tersebut merupakan harapan dari warga Jakarta akan adanya pemimpin yang baru dan membawa perubahan terhadap Jakarta. Ketika kita mencermati, sebenarnya harapan-harapan yang tertulis dalam lirik lagu tersebut adalah merupakan janji kampanye dari pasangan nomor urut tiga.

Penulis melihat bahwa propaganda yang ingin dilakukan oleh Cameo Project adalah propaganda dengan menggunakan kekuatan audio yaitu musik karya One Direction, sebagai salah satu *boyband* yang cukup tenar di kalangan anak muda pada waktu dengan lagunya *What Makes You Beautiful*. Alunan musik yang ada dikombinasikan dengan penggabungan lirik lagu dengan menyesuaikan pada realitas sosial yang ada, maka terciptalah lagu “Jokowi dan Basuki” yang kemudian menimbulkan ketidaksadaran khalayak bahwa mereka sedang berada di bawah pengaruh propaganda ketika mereka mendengarkan lagu “Jokowi dan Basuki”.

Pada analisis tanda visual, penulis menemukan adanya empat teknik propaganda yang tersemat dalam lima tanda visual dalam video klip “Jokowi dan Basuki”. Kelima teknik propaganda tersebut adalah teknik *band wagon*, *name calling*, *card-stacking*, dan *glittering generalities*.

Dalam analisis tanda visual teknik propaganda *band wagon*, tampak bahwa video klip ini memiliki empat tokoh utama yang merupakan perwakilan masyarakat Jakarta. Tokoh-tokoh ini mengalami permasalahan Jakarta yang sama, yaitu seputar kemacetan dan birokrasi yang lamban serta koruptif. Latar belakang dari masing-masing tokoh juga dapat terlihat dengan jelas melalui warna kulit dan bentuk mata mereka, yang menunjukkan keragaman suku dan etnis di Jakarta.

Teknik propaganda *name calling* kembali merujuk pada “kumis” yang merupakan ikon dari Fauzi Bowo atau simbol dari pemerintah daerah yang sedang memimpin pada saat itu. Pada teknik propaganda *card stacking*, visualisasi yang dihasilkan adalah mengenai kemacetan dan birokrasi yang lamban serta koruptif, sama seperti yang telah diutarakan dalam analisis tanda verbal.

Teknik propaganda yang terakhir, yaitu *glittering generalities* dibawakan dengan menggunakan kostum kemeja kotak-kotak oleh seluruh pemeran yang ikut serta dalam video klip “Jokowi dan Basuki”. Propagandis ingin menekankan makna filosofis dari kemeja “kotak-kotak” ini sesuai dengan makna yang telah diberikan oleh Jokowi dan Basuki bahwa “kotak-kotak” merupakan bentuk kemajemukan Jakarta dan tidak untuk dipisahkan tetapi untuk semakin dirangkul dan menghasilkan Jakarta yang lebih baik.

Berdasarkan analisis penulis secara keseluruhan, penulis melihat bahwa propagandis memang lebih menekankan permasalahan Jakarta pada kemacetan dan

birokrasi yang lamban serta koruptif. Dua permasalahan pokok tersebut harus bersifat segera untuk diselesaikan oleh pemimpin baru Jakarta. Ketenaran video klip yang tersebar secara luas dan cepat melalui YouTube ini membuat semakin banyak orang yang terpropaganda dan kemudian menjatuhkan pilihan mereka pada Jokowi dan Basuki pada saat pemilihan kepala daerah.

Tak dapat dipungkiri pula bahwa media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam melakukan propaganda, hal tersebut dapat terjadi karena media sosial telah mampu menjadi tali penyambung berbagai kepentingan masyarakat di seluruh dunia.

Penyebaran propaganda dengan melalui media sosial yang memiliki gambar yang enak dilihat dan musik yang enak didengar membuat khalayak larut dan tidak menyadari bahwa ketika mereka melihat dan mendengar video klip tersebut, propaganda pun telah bekerja kepada mereka.

5.2 Saran

Kombinasi propaganda dalam media sosial dan audio-visual telah menghasilkan propaganda dalam bentuk modern. Propaganda ini terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan jaman.

Media audio-visual kini tidak hanya digunakan hanya sebagai media penyampai pesan dan ideologi tertentu maupun hiburan, kini media audio-visual berhasil menghipnotis khalayak melalui kombinasi audio dan visual sehingga

membuat khalayak tidak sadar bahwa apa yang mereka lihat dan mereka dengar adalah konten propaganda.

Oleh karena itu, khalayak harus dapat lebih selektif dalam memilah informasi yang mereka peroleh, masyarakat harus lebih melek media sehingga masyarakat pun dapat memilih apa yang hendak mereka dengar dan lihat. Dengan melek media, masyarakat dapat menjadi lebih cerdas karena tontonan yang tidak bermutu maupun mengandung propaganda di dalamnya dapat disikap dengan libah bijak.

Tak dapat dipungkiri pula bahwa media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam melakukan propaganda, hal tersebut dapat terjadi karena media sosial telah mampu menjadi tali penyambung berbagai kepentingan masyarakat di seluruh dunia. Media sosial juga berhasil menyebarkan gagasan-gagasan yang baik bagi khalayak.

Media sosial secara aktif telah berhasil menyebarkan pesan-pesan kepada khalayak secara lebih luas, sehingga khalayak pun dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan yang bernilai positif. Dengan menggunakan media sosial lebih bijak, maka pergerakan-pergerakan positif pun dapat dengan mudah muncul di berbagai penjuru.